

**DALIANE RAHMEIER DA SILVA**

**PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICA**

**CONFECCÕES DAMYOH**

**Trabalho de conclusão de curso  
apresentado para obtenção do título de  
especialista no curso de “Projetos  
Empresariais Públicos e Privados, do  
Centro de Pesquisas Econômicas/CEPEC  
da Universidade Federal do Paraná.**

**Orientador: Prof. Marcelo Curado**

**CURITIBA**

**2005**

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente a Deus pela vida, pela oportunidade de poder adquirir e aprimorar meus conhecimentos, me dando força para vencer todos os obstáculos.

Ao meu esposo e filho, pela paciência e carinho que dedicam a mim.

Ao Departamento de economia da Universidade que promoveu o curso, bem como toda a atenção obtida pela secretária Aurea que mostrou ser uma pessoa extremamente eficiente e muito querida.

A todos os professores e colegas de sala.

## SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS .....	iv
LISTA DE TABELAS .....	v
LISTA DE FIGURAS .....	vi
<b>1 .....INTRODUÇÃO .....</b>	<b>02</b>
1.1.... Objetivos .....	02
1.2.... Justificativas .....	03
1.3.... Identificação do setor .....	03
<b>2.....ESTUDO DE MERCADO .....</b>	<b>04</b>
2.1.... Identificação dos Produtos .....	04
2.2 ... Características dos bens .....	04
2.3 ... Classificação dos bens .....	04
2.4.... Identificação dos mercados .....	05
2.4.1.Mercado consumidor .....	05
2.4.1.1Caracterização da demanda .....	06
2.4.1.2Análise quantitativa da demanda de reposição .....	06
2.4.2.Mercado fornecedor de matérias-primas e acessórios .....	07
2.4.3.Mercado concorrente .....	08
2.5.... Ciclo de vida do produto .....	08
2.5.1.Estágio do Ciclo de vida .....	09
2.5.1.1 Estágio de Introdução .....	09
2.5.1.2 Estágio de Crescimento .....	09
2.5.1.3 Estágio de Saturação e Maturidade .....	10
2.5.1.4 Estágio de Declínio .....	10
2.6 ... Canais de Comercialização .....	11
2.7.... Sistema de Vendas .....	11
2.8.... Condições de Prazo e entrega .....	11
2.9.... Política de Preços .....	12
<b>3 .....LOCALIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO .....</b>	<b>12</b>
3.1.... A Macrolocalização .....	12
3.2.... A Microlocalização .....	13
<b>4.....CONCLUSÃO .....</b>	<b>24</b>
<b>5.....REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>25</b>

## LISTA DE QUADROS

QUADRO I	Número de habitantes na cidade de Cascavel/PR, no ano de 2004 .....	05
QUADRO II	Descrição das matérias-primas primárias e secundárias, utilizadas na produção de camisetas .....	07
QUADRO IIa	Descrição das matérias-primas primárias e secundárias, utilizadas na produção de agasalhos .....	08
QUADRO III	Preços Iniciais Estimados .....	12

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Resumo Geral dos Investimentos .....	16
TABELA 2 - Investimento Fixo .....	16
TABELA 3 - Cronograma Físico-Financeiro .....	17
TABELA 4 - Demonstrativo de Resultados .....	18
TABELA 5 - Orçamento de Produção, Custos e Vendas .....	19
TABELA 6 - Orçamento de Gastos com Energia .....	19
TABELA 7- Orçamento de Gastos com DARF / SIMPLES .....	19
TABELA 8 - Orçamento de Gastos com ICMS .....	20
TABELA 9 - Orçamento de Gastos com Salários Fixos .....	21
TABELA 10 - Demonstração dos Encargos Sociais Sobre Salários Fixos .....	21
TABELA 11 - Orçamento de Gastos com Pro-Labore .....	21
TABELA 12 - Orçamento de Gastos com Água, Luz e telefone .....	21
TABELA 13 - Orçamento de Gastos com outros Custos Fixos .....	21
TABELA 14 - Depreciação .....	22
TABELA 15 - Orçamento de Gastos com CPMF .....	22
TABELA 16 - Orçamento de Gastos com Comissão sobre vendas .....	22
TABELA 17 - Orçamento de Despesas do Veículo .....	22
TABELA 18 - Demonstrativo de Viabilidade .....	23

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Lay Out da Fábrica .....	14
FIGURA 2	Descrição do processo produtivo .....	15

## **RESUMO**

Na atualidade, é muito importante a questão de empreendedores que possam gerar empregos, e para que uma empresa tenha sucesso econômico faz-se necessário o máximo de planejamento possível para se tornar então, uma empresa sólida no mercado. Diante desse contexto este trabalho tem como objeto de estudo analisar a viabilidade econômica de uma indústria de confecções no município de Cascavel/PR, analisando as possíveis taxas de retorno do investimento, bem como sua viabilização para se tornar uma empresa consistente no mercado.

# **1 INTRODUÇÃO**

O estudo proposto tem como objetivo verificar a viabilidade a nível interno de empresa. Ou seja, a partir do momento que surge a idéia ou a oportunidade de investir começa o processo de coleta e processamento de informações que permitirão testar sua viabilidade, se devidamente analisadas.

Para Woiler e Mathias (1983), geralmente quando uma empresa resolve executar determinado investimento, raramente é verificada sua viabilidade de modo formal e explícito. Esta então, fica relegada a segundo plano dentro do processo decisório, por ser incômoda, demorada e poder atingir o ponto de não retorno na decisão.

Sendo assim, é interessante e importante observar o histórico da evolução no ramo de confecção no mercado, pois com as mudanças ocorridas no processo produtivo advindos da tecnologia avançada, nota-se uma grande diversificação no padrão de consumo de vestuário, pois atualmente existem inúmeras variedades de modelos, cores e padrões.

Por fim, pretender-se-á destacar as características dos bens que serão analisados, sua classificação econômica, também a identificação de seu mercado consumidor, fornecedor e concorrente, o ciclo de vida do produto, as condições, formas e prazos de distribuição e vendas.

## **1.1 OBJETIVOS**

O presente estudo tem como objetivo analisar a viabilidade econômica para a implantação de uma unidade industrial no ramo de confecções, especificamente uma fábrica de agasalhos e camisetas para adultos.



## 1.2 JUSTIFICATIVA

O projeto de viabilidade econômica é de suma importância para o empreendedor, pois este possibilita uma previsão do comportamento do produto no mercado, o que torna o projeto de viabilidade de vital importância para a decisão de investir.

Desta forma, antes de iniciar o investimento em uma unidade industrial, deve-se fazer uma análise se o investimento dispendido na implantação de toda a estrutura da fábrica, na produção dos bens, e também na comercialização das mercadorias terá o retorno esperado.

Sendo assim, o objeto de estudo deste projeto refere-se a confecção de agasalhos e camisetas. A escolha se deu pelo fato destes produtos já estarem consolidados no mercado, facilitando a coleta de informações para análise de implementação de uma nova fábrica neste ramo, até mesmo através de pedidos para um ano corrente inteiro, ou seja, todos os meses deverão ser fabricados um número  $x$  de peças.

## 1.3 IDENTIFICAÇÃO DO SETOR

Dentre os três setores econômicos, a saber: primário (agricultura), secundário (indústria) e terciário (comércio e serviços), este trabalho se enquadra no setor secundário, devido a sua característica de fabricação de determinadas mercadorias para posterior comercialização dos bens produzidos na unidade fabril.



Bens de consumo corrente ou não-duráveis, há a tendência de esgotamento no primeiro uso, ou em um pequeno intervalo de tempo. Por exemplo, alimentos, vestuário, produtos de higiene pessoal, entre outros.

Em contrapartida, os bens de consumo duráveis caracterizam-se por prestar um serviço ao usuário em intervalo de tempo mais duradouro.

Os bens de produção intermediários são os bens utilizados como fatores de produção para a fabricação de bens de consumo de produção, sendo exemplo as matérias-primas.

Os bens de produção de capital se enquadram o processo para que possam obter os bens de produção intermediários, os bens de consumo durável e não-durável, assim como os bens de capital.

Portanto, os bens que serão fabricados serão bens de consumo corrente, mesmo considerando que não se esgotam logo no primeiro uso, os produtos tem em média seis meses de vida.

## **2.4 IDENTIFICAÇÃO DOS MERCADOS**

### **2.4.1 MERCADO CONSUMIDOR**

Basicamente, o público alvo que consumirá esses produtos será a população adulta de Cascavel/Pr, especificamente as pessoas de classe média é baixa.

Para validar o estudo faz-se necessário citar a população de Cascavel a seguir:

**QUADRO I – Numero de habitantes na cidade de Cascavel/Pr, no ano de 2004**

<b>POPULAÇÃO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>CASCADEL</b>	<b>272.243</b>

FONTE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2004)

Através do Quadro I, pode-se mencionar que a venda dos produtos estará direcionada a população de Cascavel, mais precisamente a maiores de 16 anos.

Sendo assim, é necessário destacar o número de homens e mulheres que residem em Cascavel/Pr, pois a partir disso será possível fazer uma estimativa aproximada da demanda de reposição e de expansão.

Portanto os fatores determinantes da demanda no que tange ao mercado consumidor são basicamente os seguintes:

- População: - número de habitantes
- Renda: - distribuição de renda  
- nível de renda  
- existência de crédito
- Preço: - preço dos bens substitutos

#### 2.4.1.1 Caracterização da Demanda

Neste caso específico, existem um tipo de demanda abaixo listada:

- **Demanda de Reposição** (do consumidor final): o aumento está atrelado ao estoque, pois quanto maior o estoque, maior será a reposição, além da idade do estoque e da vida útil do bem.

No tocante a confecção de vestuário, a demanda de reposição é mais representativa do que a demanda de expansão.

#### 2.4.1.2 Análise Quantitativa da Demanda de Reposição

Memória de cálculo: (população de Cascavel/Pr) 272.243 / 6 (período de vida útil) = 45.373,83 (demanda da reposição anual) \* 10% (consumidor dos produtos já acabados) = 4.537,38(demanda final).

## 2.4.2 Mercado Fornecedor de Matérias-primas e Acessórios

O mercado fornecedor de matérias primas e materiais secundários, não apresentam variações cíclicas na oferta, assim com a inexistência de sazonalidade a aquisição é bem mais fácil, mesmo que se encontrem predominantemente em outros estados brasileiros, não se limitando somente ao Estado do Paraná.

As condições de pagamento fixadas entre fornecedores e a empresa, são as seguintes:

- Prazos de Pagamento: todos os fornecedores trabalham com prazo de pagamento em média de 30 dias. Não existe cota mínima para a compra de matéria prima.
- Prazos de Entrega: os prazos de entrega variam de 10 a 15 dias, no máximo.

QUADRO II – Descrição das matérias-primas primárias e secundárias, utilizadas na produção de camisetas.

CAMISETA (manga curta)		
MATÉRIA-PRIMA	QUANTIDADE	PREÇO (R\$)
Tecido 100% algodão (fio escócia)	1,00 m	1,50
Ribana	0,25 m	0,50
Linha 100% Poliéster	45 m	0,14
Embalagem Plástica	1	0,16
TOTAL		2,30
CAMISETA (manga longa)		
MATÉRIA-PRIMA	QUANTIDADE	PREÇO (R\$)
Tecido 100% algodão (fio escócia)	1,50 m	2,50
Ribana	0,50 m	1,00
Linha 100% Poliéster	45 m	0,14
Embalagem Plástica	1	0,16
TOTAL		3,80

FONTE: Dados fornecidos pela empresa em estudo, 2004.



QUADRO IIa – Descrição das matérias-primas primárias e secundárias, utilizadas na produção de agasalhos.

AGASALHOS		
MATÉRIA-PRIMA	QUANTIDADE	PREÇO (R\$)
Tecido Tactel 100% poliamida	2,50 m	4,84
Forro poliamida	2,50 m	1,60
Elástico 40mm	2,50m	0,38
Elástico 20mm	0,50 m	0,30
Linha 100% Poliéster	400 m	1,35
Embalagem Plástica	1	0,18
<b>TOTAL</b>		<b>8,65</b>

FONTE: Dados fornecidos pela empresa em estudo, 2004.

#### 2.4.3 Mercado Concorrente

Analisando o mercado atual em Cascavel/Pr, com maior critério e rigidez, pode-se observar que a concorrência no ramo de confecções existem poucas fábricas que atuam nesse ramo específico.

O que se presencia são inúmeras microempresas que atuam apenas no mercado local, muitas vezes inserida no mercado informal. Sendo esta uma empresa pequena, a concorrência será elevada, pois concorrerá com esse mercado informal já existente, mas aposta na diferenciação, no preço e prazo de pagamento, bem como na qualidade do seu produto.

#### 2.5 CICLO DE VIDA DO PRODUTO

De acordo com Woiler e Mathias (1983), os produtos tendem a apresentar um padrão de desenvolvimento conhecido como ciclo de vida. O conhecimento deste padrão pode ser de grande utilidade para a projeção da demanda de um produto.

O tempo de duração total do ciclo, varia de produto para produto, podendo ocorrer de um produto passar por uma etapa de pré-produto e depois para o desenvolvimento para depois entrar na etapa de introdução.

## **2.5.1 ESTÁGIOS DO CICLO DE VIDA**

### **2.5.1.1 Estágio de Introdução**

Após a fase de pré-produto e de desenvolvimento, o bem é introduzido no mercado. Principais características deste estágio:

- Vendas iniciais baixas;
- Crescimento lento das vendas;
- Lucratividade baixa
- Fase mais arriscada, onde o produto poderá ser totalmente rejeitado pelo mercado.

As exigências desta fase são:

- Determinação do tamanho ótimo das instalações;
- Definição de estratégias de marketing;
- Fixação dos preços de lançamento;
- Determinação dos canais de distribuição.

### **2.5.1.2 Estágio de Crescimento**

A partir do momento que o produto é introduzido e aceito pelo público, inicia-se o estágio de crescimento do bem. As principais características são:

- Crescimento das curvas de vendas;
- Crescimento da lucratividade;
- Surgimento dos primeiros concorrentes;
- No final deste estágio o preço tende a cair.

Principais exigências:

- Expansão ou redução da capacidade produtiva ou da produção;
- Revisão das estratégias de marketing.

#### **2.5.1.3 Estágio de Saturação e Maturidade**

Tem como características:

- Desaceleração do crescimento das vendas;
- Lucros com tendência a cair;
- Concorrentes menos preparados saem do mercado;
- Acentua-se a competição através dos preços;
- Novos modelos podem ser introduzidos para estender o ciclo.

Principais exigências:

- Necessidade de promoções;
- Fixação de novos preços;
- Planejamento na produção.

#### **2.5.1.4 Estágio de Declínio**

Após a maturidade, o período de declínio pode ocorrer pelas seguintes razões:

- Desaparecimento da necessidade do produto;
- Surgimento de novos produtos mais eficazes;
- Lançamento de produto substituto pelos concorrentes.

As principais características:

- Queda na quantidade demandada;
- Aumento na importância do controle de custos de produção;
- Desaparece os produtores menos especializados;
- Mercado restrito e especializado.



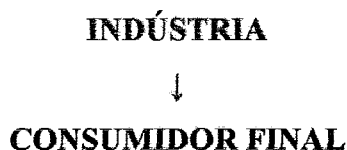
### Principais exigências:

- Necessidade de eventual transferência das instalações produtivas;
- Maior esforço de marketing;
- Melhor planejamento de produção.

## 2.6 CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

A distribuição das mercadorias, enfatizada na Figura I, será da indústria direto para o consumidor final. Assim torna-se evidente que a margem mais significativa da comercialização, está pautada na venda direta ao consumidor final.

FIGURA I – Representação do Canal de Distribuição



## 2.7 SISTEMA DE VENDAS

As vendas serão realizadas pela proprietária e com vendedores externos, direto com os consumidores, sendo que cada vendedor ficará responsável pelos contatos, pedidos, vendas e entrega, com ganho de comissão de 3% sobre as vendas.

O prazo de venda será de 30 e 60 dias direto, mediante a aprovação de crédito. E a vista com 10% de desconto.

## 2.8 CONDIÇÕES DE PRAZO E ENTREGA

A entrega será no ato da compra. Se houver preferência de outra peça, que não conste no momento, será necessário um prazo de 03 (três) dias, que será entregue pelo vendedor.

## 2.9 POLÍTICA DE PREÇOS

A política de preços adotado neste ramo de atividade está relacionada com o mercado concorrencial e o mercado consumidor, sem esquecer da qualidade e da tecnologia empregada.

QUADRO III – Preços Iniciais Estimados

PRODUTO	PREÇO FINAL (R\$)
Agasalhos	35,00
Camiseta manga curta	10,00
Camiseta manga longa	14,00

FONTE: Dados coletados na empresa em estudo, 2004.

## 3 LOCALIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

A localização é o lugar onde a unidade industrial será instalada, onde há a tendência do local ótimo, isto é, o lugar que proporciona a maior diferença entre receitas e os custos, sob o ponto de vista econômico.

Assim, os aspectos locacionais são bastante relevantes em termos de tamanho, é de suma importância definir o local que proporcione o melhor retorno para o capital investido.

### 3.1 A MACROLOCALIZAÇÃO

De acordo com estudo anteriormente realizado, onde definiu-se a área de abrangência que a unidade fabril irá atuar no mercado, delimitou-se que a macrolocalização será o município de Cascavel, no Estado do Paraná.

Outro fator relevante para a escolha foi a característica deste município ter predominantemente o setor terciário, especialmente de comércio.

### **3.2 A MICROLOCALIZAÇÃO**

O empreendimento estará situado à BR 277, Km 560, no bairro Guarujá. A escolha desta localidade deu-se por diversos motivos: disponibilidade de sede própria, um barracão no Parque Industrial, doado pela Prefeitura Municipal de Cascavel com incentivo de aumentar sua Indústria.

Vale ainda mencionar, que o barracão é bastante compatível com o volume de produção que se deseja obter, sendo que não haverá a necessidade de reformas na construção civil, nem adquirir terreno próprio para a empresa.

Figura 1. Lay Out da Fábrica

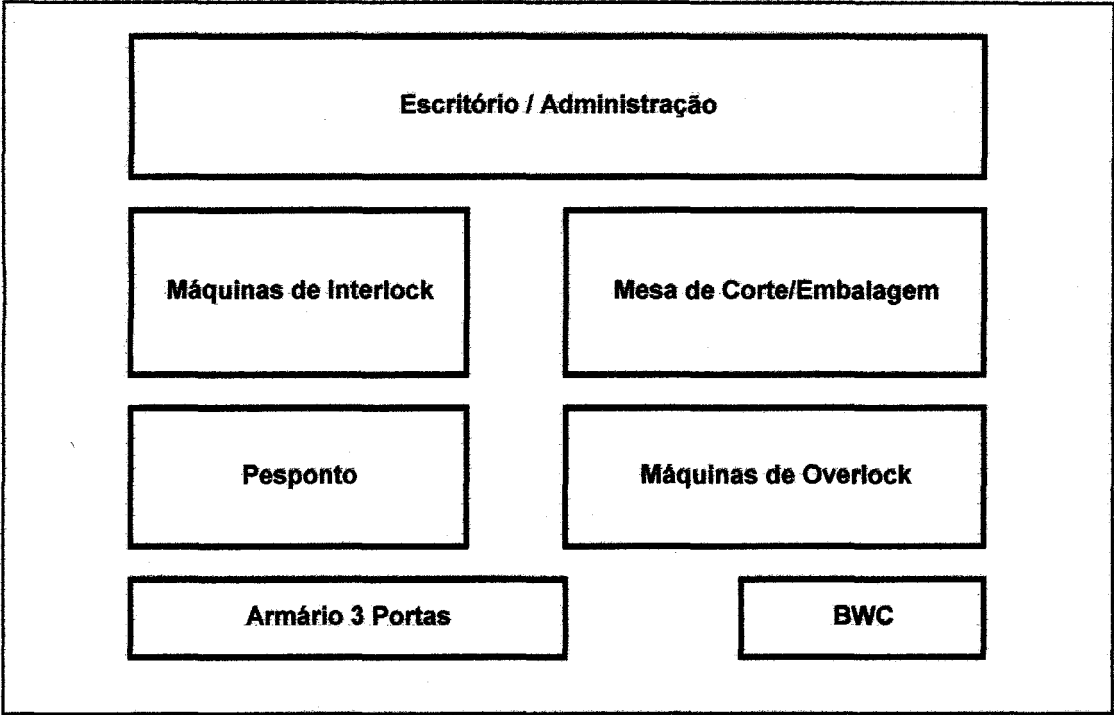


Figura 2. Descrição do Processo Produtivo

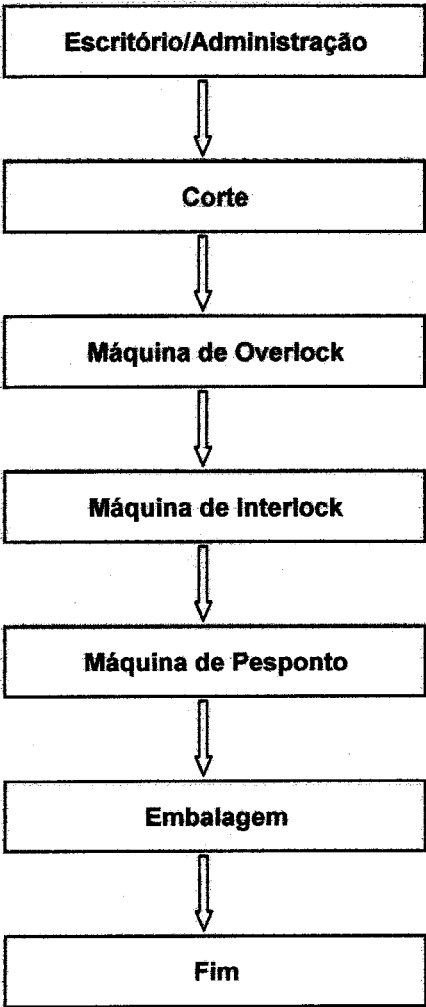


TABELA 1 - Resumo Geral dos Investimentos

Item	Descrição	Valor R\$
1	Máquinas e Equipamentos Industriais	5.320,00
2	Móveis, utensílios e equipamentos de escritório	979,40
4	Veículos	22.000,00
5	Equipamentos de Informática	2.176,00
6	Marcas e Patentes	250,00
7	Custos Pré-Operacionais	1.083,50
8	Despesas Eventuais	1.300,00
9	Capital de giro	10.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>43.108,90</b>

TABELA 2 - Investimento Fixo

Quantidade	Especificações	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
1	Faca de corte Estimann	640,00	640,00
1	Máquina de Pesponto Pfaff	1.670,00	1.670,00
1	Máquina de Intelock Siruba	1.420,00	1.420,00
1	Máquina de Overlock Siruba	1.350,00	1.350,00
1	Mesa para corte Pfaff	240,00	240,00
1	Computador Intel Celeron, Pentium IV	1.877,00	1.877,00
1	Impressora HP 3535	299,00	299,00
2	Lixeira de 10 litros, Plástica	5,20	10,40
1	Mesa para Mivro Real	140,00	140,00
1	Arquivo de aço com 4 gavetas Metal Nobre	250,00	250,00
1	Cadeira Giratória Cavaletti	75,00	75,00
3	Cadeiras Fixas Cavaletti	48,00	144,00
1	Suporte para água	25,00	25,00
1	armário Intermobille 3 portas	165,00	165,00
1	Mesa com 3 gavetas Real	170,00	170,00
1	Veículo furgão Fiat, ano 2006	22.000,00	22.000,00
1	Registro de Marca	250,00	250,00
1	Custo Pré-operacional	1.083,50	1.083,50
1	Despesas Eventuais	1.300,00	1.300,00
1	Capital de Giro	10.000,00	10.000,00
<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS</b>		<b>43.007,70</b>	<b>43.108,90</b>

TABELA 3 - Cronograma Físico-Financeiro

Descrição		Períodos (meses)					
1		1	2	3	4	5	6
<b>1</b>	<b>Aplicação de Recursos</b>						
1.1	Máquinas e Equipamentos Industriais		5.320,00				
1.2	Móveis, utensílios e equipamentos de escritório					979,40	
1.3	Veículos	22.000,00					2.176,00
1.4	Equipamentos de Informática						
1.5	Marcas e Patentes	250,00					
1.6	Custos Pré-operacionais	1.083,50					
1.7	Despesas Eventuais	1.300,00					
1.8	Capital de Giro						10.000,00
	<b>Total do Período</b>	<b>24.633,50</b>	<b>5.320,00</b>			<b>979,40</b>	<b>12.176,00</b>
	<b>Total Acumulado</b>	<b>24.633,50</b>	<b>29.953,50</b>	<b>29.953,50</b>	<b>29.953,50</b>	<b>30.932,90</b>	<b>43.108,90</b>
<b>2</b>	<b>Desembolso de Recursos</b>						
2.1	Máquinas e Equipamentos Industriais		1.330,00	1.330,00	1.330,00	1.330,00	
2.2	Móveis, utensílios e equipamentos de escritório					489,70	489,70
2.3	Veículos	22.000,00					
2.4	Equipamentos de Informática						2.176,00
2.5	Marcas e Patentes	250,00					
2.6	Custos Pré-operacionais	1.083,50					
2.7	Despesas Eventuais	1.300,00					
2.8	Capital de Giro	10.000,00					
	<b>Total do Período</b>	<b>34.633,50</b>	<b>1.330,00</b>	<b>1.330,00</b>	<b>1.330,00</b>	<b>1.819,70</b>	<b>2.665,70</b>
	<b>Total Acumulado</b>	<b>34.633,50</b>	<b>35.963,50</b>	<b>37.293,50</b>	<b>38.623,50</b>	<b>40.443,20</b>	<b>43.108,90</b>



TABELA 4 - Demonstrativo de Resultados

Descrição		Períodos				
1	Receitas	2006	2007	2008	2009	2010
1.1	Camiseta Manga longa	50.400,00	55.440,00	60.984,00	67.082,40	73.790,64
1.2	Camiseta Manga curta	36.000,00	39.600,00	43.560,00	47.916,00	52.707,60
1.3	Agasalhos	54.600,00	60.060,00	66.066,00	72.672,60	79.939,86
	<b>TOTAL DAS RECEITAS</b>	<b>141.000,00</b>	<b>155.100,00</b>	<b>170.610,00</b>	<b>187.671,00</b>	<b>206.438,10</b>
2	<b>Custos Variáveis</b>					
2.1	Custo dos produtos	35.454,00	38.999,40	42.899,34	47.189,27	51.908,20
2.2	Energia	2.365,90	2.602,48	2.862,73	3.149,01	3.463,91
2.4	DARF/SIMPLES	7.050,00	7.755,00	8.530,50	9.383,55	10.321,91
2.5	CPMF	53,58	58,94	64,83	71,31	78,45
2.6	ICMS	18.527,21	15.989,17	17.588,09	19.346,90	21.281,59
	<b>TOTAL DOS CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>63.450,69</b>	<b>65.405,00</b>	<b>71.945,50</b>	<b>79.140,05</b>	<b>87.044,05</b>
3	<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>77.549,31</b>	<b>89.695,00</b>	<b>98.664,50</b>	<b>108.530,95</b>	<b>119.394,05</b>
4	<b>Custos Fixos</b>					
4.1	Salários Fixos	27.600,00	27.600,00	27.600,00	27.600,00	27.600,00
4.2	Encargos Sociais	9.936,00	9.936,00	9.936,00	9.936,00	9.936,00
4.3	Depreciações	5.489,14	5.489,14	5.489,14	5.489,14	5.489,14
4.4	Água, luz e telefone	2.760,00	2.760,00	2.760,00	2.760,00	2.760,00
4.5	Manutenção e reparos	5.520,00	5.520,00	5.520,00	5.520,00	5.520,00
4.6	Pró-labore	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00
4.7	Comissão Sobre Vendas	9.870,00	9.870,00	9.870,00	9.870,00	9.870,00
4.12	Despesas do veículo	4.024,00	4.024,00	4.024,00	4.024,00	4.024,00
	<b>TOTAL DOS CUSTOS FIXOS</b>	<b>79.599,14</b>	<b>79.599,14</b>	<b>79.599,14</b>	<b>79.599,14</b>	<b>79.599,14</b>
5	<b>RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO</b>	<b>(2.049,83)</b>	<b>10.095,86</b>	<b>19.065,36</b>	<b>28.931,81</b>	<b>39.784,91</b>



TABELA 5 - Orçamento de Produção, Custos e Vendas

Mês	Mensal			Anual		
	Produção (Und)	Custo (R\$)	Vendas (R\$)	Produção (Und)	Custo (R\$)	Vendas (R\$)
Camiseta Manga longa	300	1.140,00	4.200,00	3600	13.680,00	50.400,00
Camiseta Manga curta	300	690,00	3.000,00	3400	8.280,00	36.000,00
Agasalhos	130	1.124,50	4.550,00	1560	13.494,00	54.600,00
<b>TOTAIS</b>	<b>730</b>	<b>2.954,50</b>	<b>11.750,00</b>	<b>8.560</b>	<b>35.454,00</b>	<b>141.000,00</b>

TABELA 6 - Orçamento de Gastos com Energia

Consumo por Máquina: 0,72198  
 Total de máquinas: 04  
 Total de energia por hora: 2,88792  
 Valor Kw/h: 0,3879

Período	Mensal	Anual
Horas trabalhadas	176	2112
Consumo de energia (kw)	508,27	6099,24
Consumo de energia (R\$)	197,16	2365,90

TABELA 7- Orçamento de Gastos com DARF / SIMPLES

Ano	Percentual	Valor Faturamento	Alíquotas*	Valor R\$
2010	100%	206.438,10	5%	10.321,91
2009	90%	187.671,00	5%	9.383,55
2008	80%	170.610,00	5%	8.530,50
2007	70%	155.100,00	5%	7.755,00
<b>2006</b>	<b>60%</b>	<b>141.000,00</b>	<b>5%</b>	<b>7.050,00</b>

TABELA 8 - Orçamento de Gastos com ICMS

Compras Previstas	2006	2007	2008	2009	2010
Total das compras	35.454,00	38.999,40	42.899,34	47.189,27	51.908,20
(*) Alíquota de ICMS (12%)					
(=) Crédito de ICMS	4.254,48	4.679,93	5.147,92	5.662,71	6.228,98

Gastos com Energia	2006	2007	2008	2009	2010
Total dos gastos	2.365,90	2.602,48	2.862,73	3.149,01	3.463,91
(*) Alíquota de ICMS (12%)					
(=) Crédito de ICMS	283,91	312,30	343,53	377,88	415,67

Gastos com Máquinas	2006
Total das compras	5.320,00
(*) Alíquota de ICMS (17%)	
(=) Crédito de ICMS	904,40

Vendas Previstas	2006	2007	2008	2009	2010
Total das vendas	141.000,00	123.420,00	135.762,00	149.338,20	164.272,02
(*) Alíquota de ICMS (17%)					
(=) Débito de ICMS	23.970,00	20.981,40	23.079,54	25.387,49	27.926,24

Valor do ICMS a Pagar	2006	2007	2008	2009	2010
(=) Valor do Crédito	5.442,79	4.992,23	5.491,45	6.040,59	6.644,65
(-) Valor do Débito	23.970,00	20.981,40	23.079,54	25.387,49	27.926,24
(=) Valor a Pagar	(18.527,21)	(15.989,17)	(17.588,09)	(19.346,90)	(21.281,59)

TABELA 9 - Orçamento de Gastos com Salários Fixos

Quant	Função	Salário Fixo (R\$)	Total Mensal (R\$)	Total Anual (R\$)
1	Cortadeira	350,00	350,00	4.200,00
2	Costureira	400,00	800,00	9.600,00
1	Motorista	500,00	500,00	6.000,00
1	Auxiliar Administrativo	350,00	350,00	4.200,00
1	Serviços Gerais	300,00	300,00	3.600,00
Totais		1.900,00	2.300,00	27.600,00

TABELA 10 - Demonstração dos Encargos Sociais Sobre Salários Fixos

Encargos	Valor Mensal (R\$)	Valor Anual (R\$)
Salários Fixos	2.300,00	27.600,00
13º Salário (8,3%)	190,90	2.290,80
Férias (11,11%)	255,53	3.066,36
FGTS (8%)	184,00	2.208,00
Multa FGTS (4%)	92,00	1.104,00
Outros (4,59%)	105,57	1.266,84
<b>TOTAL</b>	<b>828,00</b>	<b>9.936,00</b>

TABELA 11 - Orçamento de Gastos com Pro-Labore

Salário	Valor Mensal (R\$)	INSS (20%)	Valor Anual (R\$)
Gerente	1.000,00	200,00	14.400,00

TABELA 12 - Orçamento de Gastos com Água, Luz e telefone

Gastos	Valor Mensal (R\$)	Valor Anual (R\$)
Água	30,00	360,00
Luz	50,00	600,00
Telefone	150,00	1.800,00
<b>Total</b>	<b>230,00</b>	<b>2.760,00</b>

TABELA 13 - Orçamento de Gastos com outros Custos Fixos

Gastos	Valor Mensal (R\$)	Valor Anual (R\$)
Material de expediente	20,00	240,00
Material de Limpeza	30,00	360,00
Manutenção	30,00	360,00
Honorários Contábeis	150,00	1.800,00
Taxas Diversas	80,00	960,00
Seguros	150,00	1.800,00
<b>Total</b>	<b>460,00</b>	<b>5.520,00</b>

TABELA 14 - Depreciação

Quant.	Especificações	V. Total (R\$)	Vida Útil (anos)	%	Depreciação Anual
1	Faca de corte Estimann	640,00	10	10	64,00
1	Máquina de Pespointo Pfaff	1.670,00	10	10	167,00
1	Máquina de Intelock Siruba	1.420,00	10	10	142,00
1	Máquina de Overlock Siruba	1.350,00	10	10	135,00
1	Mesa para corte Pfaff	240,00	5	20	48,00
1	Computador Intel Celeron, Pentium IV	1.877,00	5	20	375,40
1	Impressora HP 3535	299,00	5	20	59,80
2	Lixeira de 10 litros, Plástica	10,40	10	10	1,04
1	Mesa para Mivro Real	140,00	10	10	14,00
1	Arquivo de aço com 4 gavetas Metal N	250,00	10	10	25,00
1	Cadeira Giratória Cavaletti	75,00	10	10	7,50
3	Cadeiras Fixas Cavaletti	144,00	10	10	14,40
1	Suporte para água	25,00	10	10	2,50
1	armário Intermbille 3 portas	165,00	10	10	16,50
1	Mesa com 3 gavetas Real	170,00	10	10	17,00
1	Veículo furgão Fiat, ano 2006	22.000,00	5	20	4.400,00
<b>Total</b>		<b>30.475,40</b>			<b>5.489,14</b>

TABELA 15 - Orçamento de Gastos com CPMF

Alíquota	Movimentação Financeira Prevista	Mensal (R\$)	Anual (R\$)
0,038%	141.000,00	3,55	53,58

TABELA 16 - Orçamento de Gastos com Comissão sobre vendas

Percentual	Receita de Vendas Prevista	Mensal (R\$)	Anual (R\$)
7%	141.000,00	654,50	9.870,00

TABELA 17 - Orçamento de Despesas do Veículo

Produto	Mensal (R\$)	Anual (R\$)
Quilômetros a serem rodados	2.000	24.000
Total de Gastos com manutenção	50,00	600,00
Gastos com combustíveis	285,33	3.424,00
<b>Total</b>	<b>335,33</b>	<b>4.024,00</b>

TABELA 18 - Demonstrativo de Viabilidade

Indicadores						
Taxa de lucratividade s/ faturamento	-1,45	6,51	11,17	15,42	19,27	
Nível de Operação	60%	70%	80%	90%	100%	
Taxa de lucratividade s/ investimento fixo	-4,75	23,42	44,23	67,11	92,29	
Capital investido pelo emprego direto	7.184,82					

VPL - Valor Presente Líquido

Época	Resultado Líquido
0	(43.108,90)
1	(2.049,83)
2	10.095,86
3	19.065,36
4	28.931,81
5	39.784,91

TMA (a.a.)	10%	12%	15%
VPL	R\$ 65.268,42	R\$ 60.750,22	R\$ 54.709,24
VPL-A	R\$ 6.548,35	R\$ 7.298,16	R\$ 8.208,26
IBC	0,51	0,41	0,27
TIR	22%	22%	22%
PRI (anos)	5	5	4
CVT/RT	0,45		
PEOMP	CF/1-(CVT/RT)		
	79.598,69 ou		
	56,45%		

#### **4 CONCLUSÕES E SUGESTÕES**

Observou-se que ao fechamento do primeiro ano de atividade (2006), os valores analisados serão negativos, ou seja, o resultado operacional líquido será negativo, deixando claro que no início de toda a atividade empresarial existe um grau de dificuldade sendo necessário manter o equilíbrio da empresa e mantê-la com o capital de giro. Esse valor negativo é proveniente do valor que será inicialmente oferecido os produtos, onde uma alternativa para os outros anos será do aumento de produção, até atingir o nível de operação máxima do equipamento adquirido.

Conforme o demonstrativo de viabilidade (Tabela 18), observa-se que o tempo de retorno do investimento será o de aproximadamente 5 anos, conforme analisado através da produção que a empresa pode contemplar, com uma taxa interna de retorno de 22% ao ano.

A empresa poderá ter sucesso também se, além de aumentar sua produção, aumentar o seu mercado, onde tem-se a sugestão de conseguir atuar nos mercados próximos da região, pois mesmo que a obtenção de lucros não seja imediata, a empresa tem um bom mercado para atuar, devido a qualidade com que deseja operar.

## **5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**IBGE**, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>.

Acesso em: jul. 2004.

**WOILER, S.; MATHIAS, W.F. Projetos, planejamento, elaboração e análise.** São Paulo: Atlas, 1988.